



TOURISMUS IN SACHSEN-ANHALT

ZAHLEN - DATEN - FAKTEN

Magdeburg, August 2023

Image Sachsen-Anhalts als Reiseziel: Eigenschaftsbeurteilung und Spontanassoziationen im Quellmarkt Deutschland

Sachsen-Anhalt als Reiseziel wird in Deutschland in erster Linie als „authentisch / echt“ und „kulturell interessant“ wahrgenommen – DestinationBrand-Studie gibt Einblick in das Image des Reiselandes im Wettbewerbsvergleich

Sachsen-Anhalt ist als Reiseziel einem starken Wettbewerb ausgesetzt. Bei Entscheidungen für oder gegen ein Reiseziel spielt – bewusst oder auch unbewusst – das **Image der zur Wahl stehenden Destinationen**, d.h. die Vorstellungen, die bei Externen über die Destination vorliegen, eine große Rolle. Daher ist es für Destinationen erfolgsentscheidend, sich mit einem klaren Image am Markt zu positionieren und sich so vom Wettbewerb abzugrenzen. Voraussetzung dafür ist, dass die Marketingverantwortlichen in der Destination regelmäßig Kenntnis über das Image des Reiseziels erhalten. Auf diese Weise können sie erkennen, ob das Image mit dem Selbstbild innerhalb der Destination (Markenidentität) und den Tatsachen vor Ort übereinstimmt oder nicht und bei Bedarf gegensteuern.

Die Wahrnehmung **Sachsen-Anhalts als Reiseziel** in der deutschen Bevölkerung wird bereits seit vielen Jahren im Rahmen der DestinationBrand-Studienreihe analysiert. In der neuesten Studie der Reihe wurde nach den Untersuchungen in den Jahren 2011, 2014 und 2017 zum vierten Mal erfragt, was die Deutschen spontan mit dem Reiseziel Sachsen-Anhalt assoziieren (offene Frage). Des Weiteren wurde untersucht, inwieweit bestimmte vorab definierte Eigenschaften bzw. Charakterzüge nach Meinung der Deutschen auf insgesamt 151 Reiseziele, darunter auch Sachsen-Anhalt, zutreffen und wie relevant diese Eigenschaften allgemein für die Reisezielwahl sind. Durch die Vielzahl untersuchter Reiseziele liegen umfangreiche Ergebnisse für einen Wettbewerbsvergleich vor. Aufgrund der wiederholten Messung sind zudem bei den mehrfach und im selben Wortlaut erhobenen Eigenschaften auch Zeitvergleiche möglich.

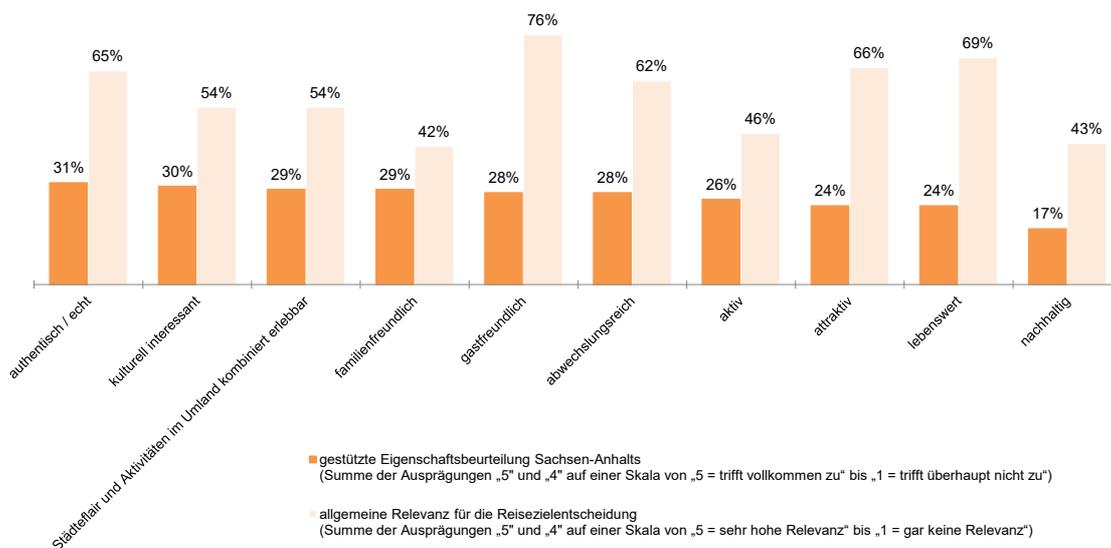
Eigenschaftsbeurteilung Sachsen-Anhalts als Reiseziel

In Bezug auf die Wahrnehmung Sachsen-Anhalts als Reiseziel erhielt von den insgesamt zehn für das Bundesland abgefragten Eigenschaften **„authentisch/echt“** – gemessen am Top-2-Box Wert (= Summe der Ausprägungen „5“ und „4“ auf einer Skala von „5 = trifft vollkommen zu“ bis „1 = trifft überhaupt nicht zu“) – den **höchsten Zustimmungswert**: 31% der repräsentierten deutschen Bevölkerung von 14-74 Jahren sind der Meinung, dass das Reiseziel Sachsen-Anhalt diese Eigenschaft aufweist. Es folgen die Eignungszusprüche für die Eigenschaften „kulturell interessant“ (30%) sowie „familienfreundlich“ und „Städteflair und

Aktivitäten im Umland kombiniert erlebbar“ (je 29%). Auch die Charakteristika „gastfreundlich“ und „abwechslungsreich“ traut etwas weniger als jeder dritte Befragte (28%) Sachsen-Anhalt als Reiseziel zu. Das Schlusslicht bildet die Eigenschaft „nachhaltig“ mit nur 17% Zustimmung. Die Ergebnisse der Top-2-Box Werte für alle zehn Eigenschaften sind in Abbildung 1 dargestellt. Bei der Interpretation dieser Werte ist zu berücksichtigen, dass die Befragten neben der Einschätzung auf der 5-er Skala auch die Möglichkeit hatten mit „weiß nicht“ zu antworten, wovon im Falle von Sachsen-Anhalt bei allen Attributen etwa die Hälfte der Befragten Gebrauch machte – im Falle von „nachhaltig“ sogar 60%. Der Anteil der Befragten, die ein negatives Votum auf der Skala (Low-2-Box Wert) abgaben, lag lediglich zwischen 5 („authentisch/echt“ und „familienfreundlich“) und 12% („attraktiv“). Dies spricht dafür, dass der Fokus im Marketing darauf liegen sollte, das Profil insgesamt noch zu schärfen und noch deutlicher auf die zentralen Charakteristika des Reiseziels einzugehen.

Abbildung 1:

Eigenschaftsbewertung Sachsen-Anhalt als Reiseziel und allgemeine Relevanz der Eigenschaften für die Reisezielentscheidung



Quelle: inspektour (international) GmbH, 2022; Basis: Alle Befragte; Anzahl der Befragten: n = 15.000 (Relevanz) bzw. n = 1.000 (Eigenschaftsbewertung)

Mit Blick auf die Zeitreihe und dabei insbesondere im Vergleich zur letzten Untersuchung im Jahr 2017 ergeben sich bei fast allen wiederholt gemessenen Eigenschaften erfreulicherweise höhere Zustimmungswerte – bei den Attributen „authentisch/echt“ und „gastfreundlich“ fielen die Zugewinne mit jeweils +4%-Punkten am höchsten aus. Dies ist umso wichtiger, als die Eigenschaft „gastfreundlich“ bei der Reisezielentscheidung von den zehn für das Reiseziel Sachsen-Anhalt bewerteten Eigenschaften die größte Bedeutung hat (76% Anteil an Bewertungen mit einem der beiden höchsten Relevanzwerte auf einer 5-er Skala). Ebenfalls hohe Relevanz haben die Attribute „lebenswert“ (69%), „attraktiv“ (66%), „authentisch/echt“ (65%) sowie „abwechslungsreich“ (62%). Insbesondere bei den ersten beiden Attributen hat Sachsen-Anhalt in der Wahrnehmung als Reiseziel noch

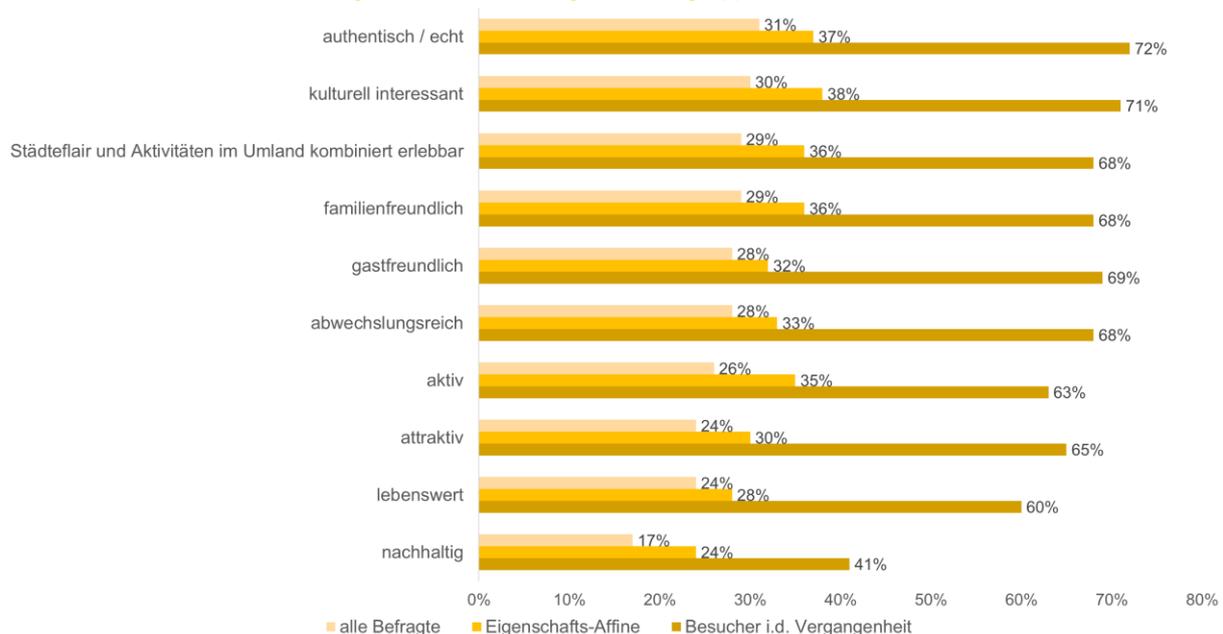


Nachholbedarf, während die Zuschreibung bei den letzten beiden schon wesentlich größer ausfällt. Die geringste Relevanz für die Reisezielentscheidung weist die Eigenschaft „familienfreundlich“ auf, wobei diese noch immer für 42% der Befragten eine Bedeutung hat. Auch die Ergebnisse zur Relevanzbeurteilung für alle zehn Eigenschaften sind in Abbildung 1 dargestellt.

Befragte, die Sachsen-Anhalt von einem persönlichen Besuch in der Vergangenheit kennen, gaben durchweg deutlich höhere Zustimmungswerte ab. **Besonders groß ist der Unterschied zwischen allen Befragten und den Besuchern in der Vergangenheit bei den Eigenschaften „authentisch/echt“, „gastfreundlich“, „abwechslungsreich“ und „kulturell interessant“**, die Ergebnisse sind in Abbildung 2 dargestellt. Mit diesen Charakteristika kann das Bundesland vor Ort folglich offenbar besonders punkten. Es scheint entsprechend lohnenswert, die Profilschärfung in Bezug auf diese Charakteristika weiter zu forcieren. Des Weiteren liegen große Unterschiede in der Wahrnehmung nach Zielgruppen und regionaler Herkunft vor.

Abbildung 2:

Sachsen-Anhalt als Reiseziel: Eigenschaftsbewertung nach Teilgruppen.



Quelle: inspektour (international) GmbH, 2022; Basis: alle Befragte, Eigenschafts-Affine, d.h. Befragte mit hoher Relevanz der Eigenschaft für die Reisezielentscheidung, Besucher Sachsen-Anhalts in der Vergangenheit

Schließlich können die eigenen Ergebnisse mit anderen an der Studie teilnehmenden Reisezielen verglichen und somit die eigene Position im Wettbewerbsumfeld bestimmt werden. Die Eigenschaftszuschreibung Sachsen-Anhalts kann dabei mit dem Durchschnitt der Reiseziele je Eigenschaft verglichen und ein Rangplatz innerhalb aller bewerteter Reiseziele erstellt werden (relative Wettbewerbsplatzierung). Im Ergebnis liegt Sachsen-Anhalt mit allen Eigenschaften unter dem Durchschnitt aller untersuchter Reiseziele und ordnet sich somit überwiegend im hinteren Mittelfeld ein. **Die beste, wenn auch immer noch leicht**



Ergänzende Hinweise zur Methodik der Studie:

Die Datenerhebung für die Bewertung des Reiseziels (Destination Brand 22) erfolgte im Oktober und November 2022 im Rahmen einer bevölkerungsrepräsentativen (14-74 Jahre) Online-Stichprobe. Für jede teilnehmende Destination wurden für die Eigenschaftsbeurteilung fünf identische allgemeine Eigenschaften (abwechslungsreich, attraktiv, authentisch / echt, gastfreundlich und nachhaltig) sowie mindestens fünf durch die Destinationsverantwortlichen individuell aus einem vorgegebenen Pool auswählbare Spezialeigenschaften festgelegt. Jedes teilnehmende Reiseziel wurde von 1.000 Befragten (repräsentative Teilstichproben; Gesamtstichprobengröße in Deutschland: n = 15.000) bewertet. Durchgeführt wurde die Untersuchung von der inspektour (international) GmbH. Die Feldarbeit für die DestinationBrand Studie oblag dem Marktforschungsinstitut Ipsos.